

## **Orientações sobre adequação, cobertura ou retirada de Slogan Institucional e outros elementos, conforme legislação em vigor.**

27/03/2020

### **1. OBJETIVO**

Orientar os órgãos integrantes da Prefeitura de Belo Horizonte para o desenvolvimento de ações de comunicação em conformidade com a legislação eleitoral.

Evitar ações judiciais e sanções eleitorais, civis, administrativas e penais aos gestores públicos

### **2. FUNDAMENTAÇÃO**

- Lei Federal n. 9.504/1997;
- Lei Complementar n. 64/90 (Lei de Inelegibilidades);
- Lei n. 8.429/92 (Lei de Improbidade Administrativa);
- Lei Federal nº 12.527/11, que regula o acesso a informações;
- Resoluções TSE nº 23.606 (Calendário Eleitoral – Eleições 2020) e 23.610 (dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral);
- Portaria Conjunta PGM/CTGM nº 001 de 22 de janeiro de 2020.
- Lei municipal nº 6.938/95 (Brasão Oficial do Município)

### **3. CONCEITOS DE PUBLICIDADE LEGAL E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**

Sobre o conceito da **publicidade institucional**, a Coordenadoria de Apoio Eleitoral do TRE/MG, na Recomendação 009/2016 previu:

*“CONSIDERANDO que publicidade institucional é toda e qualquer divulgação de atos, programas, serviços e campanhas dos órgãos públicos, confeccionada, mantida e/ou veiculada com dinheiro público nos mais diversos meios de comunicação: rádio, TV, jornais, revistas, informativos, panfletos, placas faixas cartazes, sites, blogs, entre outros;*

*“CONSIDERANDO, repita-se, que o site mantido pela administração na internet, como meio de divulgação dos atos, programas, serviços e campanhas dos órgãos públicos, é veículo de publicidade institucional, que também deve observar os limites do art. 37, § 1, da CF, é do art. 73, Incisos VI, “b” e VII;(...)”*

Por outro lado, a **publicidade legal** é aquela que se destina a dar conhecimento de balanços, atas, editais, decisões, avisos e outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo, com fulcro na Lei de Acesso à Informação, com o objetivo único de atender a prescrições legais. Repare

que aqui a finalidade é estritamente informativa, tendo por embasamento o dever do Poder Público em disponibilizar determinados dados ao cidadão.

Nessa perspectiva, frisa-se que está em vigência a Lei Federal 12.527/2011, a qual dispõe sobre os procedimentos a serem observados pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, com o fim de garantir o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do artigo 5; no inciso II do § 3 do art. 37 e no § 2 do art. 216, da CF. Nos termos da Lei de Acesso à Informação:

*Art. 8º É dever dos órgãos e entidades públicas promover, independentemente de requerimentos, a divulgação em local de fácil acesso, no âmbito de suas competências, de informações de interesse coletivo ou geral por eles produzidas ou custodiadas.*

*§ 1º Na divulgação das informações a que se refere o caput, deverão constar, no mínimo:*

- I. registro das competências e estrutura organizacional, endereços e telefones das respectivas unidades e horários de atendimento ao público;*
- II. registros de quaisquer repasses ou transferências de recursos financeiros;*
- III. registros das despesas;*
- IV. informações concernentes a procedimentos licitatórios, inclusive os respectivos editais e resultados, bem como a todos os contratos celebrados;*
- V. dados gerais para o acompanhamento de programas, ações, projetos e obras de órgãos e entidades; e*
- VI. respostas a perguntas mais frequentes da sociedade. (grifamos)*

*Art. 9º O acesso a informações públicas será assegurado mediante:*

- I. criação de serviço de informações ao cidadão, nos órgãos e entidades do poder público, em local com condições apropriadas para:
  - a. atender e orientar o público quanto ao acesso a informações;*
  - b. informar sobre a tramitação de documentos nas suas respectivas unidades;*
  - c. protocolizar documentos e requerimentos de acesso a informações; e**
- II. realização de audiências ou consultas públicas, incentivo à participação popular ou a outras formas de divulgação. (grifamos)".*

### **3.1. VEDAÇÕES**

A partir de 4 de julho de 2020:

- Publicidade Institucional;
- Publicidade de Utilidade Pública;
- A vedação se estende para a publicidade em Propriedades Digitais.

### **3.2. AUTORIZADO**

- Publicidade Legal;
- Publicidade de utilidade pública em casos de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.

## 4. APLICAÇÃO DE MARCA

### 4.1. Manual de Marca

O **MANUAL DE APLICAÇÃO DE MARCA** da Prefeitura de Belo Horizonte foi atualizado e encontra-se disponível no Portal da Prefeitura.

Link:

<https://prefeitura.pbh.gov.br/comunicacao/manual-de-marca>

Toda e qualquer aplicação de marca da Prefeitura de Belo Horizonte deve ser substituída até 15 de junho de 2020 pela versão apresentada no *manual de marca* atualizado.

### 4.2. Vedações

A partir de 4 de julho de 2020, o slogan “Governando para quem precisa” está vedado em toda e qualquer forma de divulgação da Prefeitura de Belo Horizonte, em qualquer suporte utilizado como meio de divulgação.

Slogans, chamadas ou qualquer elemento que seja sinal distintivo da publicidade vedada.



## 5. PLACAS

### 5.1. Vedações

Divulgar o slogan institucional e mensagens que caracterizam campanhas institucionais em placas de obras e placas de identificação de equipamento. Deve-se retirar ou cobrir o slogan e elementos que configuram campanha institucional.

Alternativa: retirada integral da placa, exceto nos casos de divulgação obrigatória.

### 5.2. Exemplos

## PLACA DE OBRA



**IRREGULAR**



**ADEQUADA**

## PLACA DE IDENTIFICAÇÃO DE EQUIPAMENTO



**IRREGULAR**



**ADEQUADA**

## PLACA DE IDENTIFICAÇÃO DE EQUIPAMENTO



**IRREGULAR**



**ADEQUADA**



Em caso de dúvidas sobre como proceder com a adequação de placas, o órgão deve entrar em contato com a Gerência de Produção Visual (SMAICS). Telefone: (31) 3277-4148 ou e-mail: [pvisual@pbh.gov.br](mailto:pvisual@pbh.gov.br).

## 6. VIATURAS E VEÍCULOS OFICIAIS

### 6.1. Vedações

Divulgar o slogan institucional e mensagens que caracterizam campanhas institucionais em viaturas e veículos oficiais a serviço da Prefeitura – retirar ou cobrir o slogan e elementos que configuram campanha institucional.

### 6.2. Exemplos

#### VIATURAS E VEÍCULOS OFICIAIS



**IRREGULAR**



**ADEQUADA**

#### VIATURAS E VEÍCULOS OFICIAIS



**IRREGULAR**



**ADEQUADA**

## VIATURAS E VEÍCULOS OFICIAIS



**IRREGULAR**



**ADEQUADA**

### 7. PARCERIAS E PATROCÍNIOS

As entidades parceiras ou beneficiárias de programas municipais de fomento, que exibem a marca da Prefeitura como contrapartida em suas ações de comunicação, devem ser notificadas e instruídas, conforme o instrumento mais adequado, sobre a necessidade de adequação.

As adequações devem ocorrer em meios físicos e digitais que, eventualmente, tenham a aplicação de marcas ou símbolos oficiais da Prefeitura de Belo Horizonte.

### 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Diretoria Central de Comunicação Institucional encontra-se à disposição de todos os órgãos municipais para esclarecimento de dúvidas sobre os procedimentos necessários para adequação a estas regras.

Telefone: 31 3277-4148

E-mail: [pvisual@pbh.gov.br](mailto:pvisual@pbh.gov.br)